

# 大河ドラマ『篤姫』効果と観光形態に関する一考察

深見 聡\*

## A Consideration to Forms of Tourism in 'Atsuhime' Effect of NHK Historical Drama

Satoshi FUKAMI

### Abstract

The success of the Nihon Hōsō Kyōkai (NHK) historical drama (*Atsuhime*) evoked an increase of number of visitors in Kagoshima. A study was conducted to determine the quantitative and qualitative impact of the drama on sightseeing in Kagoshima. Results showed that although the number of visitors increased, only a few participants joined the new sightseeing program “*Machi aruki*”. Therefore there is a need to further access new strategies to attract more participants into the new program, which if are successful, would ultimately boost the economy of Kagoshima.

**Key Words** : NHK historical drama, Regional revitalization, Tourism demand, Sustainable tourism, Project management

### 1. はじめに

#### 1.1. 研究の背景

観光に向けられる期待は、近年とくに注目を集めるようになってきた。2007年の観光立国推進基本法の誕生や、2008年の観光庁の設置は、わが国に本格的な人口減少社会が到来し、従来のような人口増加による地域活性化策が行き詰まるなか、交流人口を生み出すことに活路を見出そうとする地域の意向を強く反映したものといえる。また、その一方でマス・ツーリズムからスモール・ツーリズムへ、通過型から滞在・周遊型へとニーズの変化が起きてきているのも見逃せない。そこには「ホスピタリティ」や「生涯学習」といった要素が深くかかわってきたことがよみとれる。すなわち、その土地でしか味わえないものの情報をインターネットなどで手に入れ、本物にふれようと実際にその地を訪れることが観光という行為そのものであり、さらにまた訪れてみたいという意識の創出がリピーターを生み出していく。ま

た、彼らを迎える立場の地域住民のなかには、みずからがまちのよさを発信する観光ボランティアガイドとなり、行政などと協働しながら「まち歩き」商品を提供しはじめる事例も多くなってきた<sup>1)</sup>。

このような循環をつくるきっかけとして、映画やテレビドラマの放映は大きな影響を与える。フィルム・コミッションを組織する自治体や観光協会が相当数に上ってきていることから、地域活性化に対する期待の大きさがうかがえる。

その代表格が、1963年から始まったNHK大河ドラマである。その舞台となる地域は放送期間とその前後はとくに観光客の増加が見込めることから、行政や民間の枠を超えた連携による誘致合戦が展開される。そのようすは、マスコミでも大きく取り上げられてきた。

#### 1.2. 研究の目的と方法

そこで本稿は、2008年に放送された大河ドラマ『篤

---

\* 長崎大学環境科学部

(受理年月日 2009年3月31日)

姫』を対象として取り上げ、大河ドラマのもたらした観光への波及効果と観光形態とのかかわりについて論じることを目的とする。『篤姫』は、2006年10月に制作決定が発表され、天璋院篤姫の生まれた鹿児島県内各地でロケがおこなわれた。また、2008年に放送された全50回において視聴率が20%を超え(図1)、鹿児島を訪れる観光客の増加が幾度となく報道された。実際にどのような変化があったのかを知るために、鹿児島県観光交流局が毎月公表している『鹿児島県観光動向調査』を基礎資料として、篤姫ブームが定量的にどのような特徴をもっていたのかを把握する<sup>2)</sup>。また、「まち歩き」商品について、全国的なニーズの高まりがあるといわれるなかで、鹿児島市で展開されている「鹿児島ぶらりまち歩き」事業にも言及し、大河ドラマの観光への波及効果とその形態について予察的な検討を加えてみたい。

## 2. 大河ドラマ『篤姫』とは

原作は宮尾登美子『天璋院篤姫』(1984年、講談社刊)である。主人公に、天璋院篤姫(1835～1883)をおき、幕末から明治維新における動乱期を生きた人びとの姿を描いた。彼女は、13代将軍・徳川家定の御台所として江戸城に入り、大奥をまとめて江戸城の無血開城と徳川家の存続に尽力した人物である。また、ドラマ化するにあたって、原作には登場していないものの、篤姫と同年生まれの小松帯刀(1835

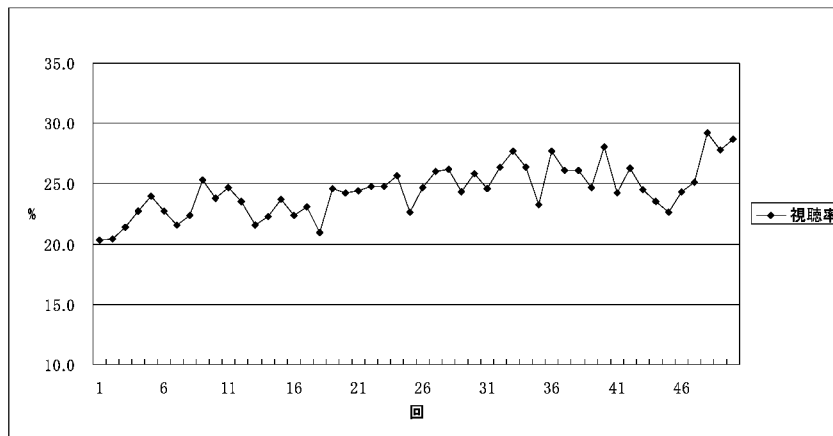


図1 大河ドラマ『篤姫』の視聴率推移

インターネットサイト「ドラマナビ」[http://www.doranavi.info/02/nhk\\_2.html](http://www.doranavi.info/02/nhk_2.html)に公表されている数値をもとに筆者が作成。サイト最終閲覧日2009年1月15日。

～1870)を準主役として取り上げた。彼は、薩摩藩城代家老として西郷隆盛や大久保利通ら薩摩藩士をまとめ、薩長同盟の成立や15代将軍・徳川慶喜へ大政奉還の進言をするなど歴史の表舞台で活躍しながら、地元の鹿児島でもこれまで大きな脚光を浴びることがほとんどなかった。ドラマによってその事跡や人柄が描かれたことで、「幻の名宰相」として全国的に知られる契機になった(原口, 2008)。

過去の大河ドラマの年間平均視聴率を比較して、「幕末ものの大河は当たらない」というジンクスを破っただけでなく、大河ドラマ史上初となる本放送期間中のアンコール再放送の実施に表れているように、いわゆる「篤姫ブーム」といわれるほどの人気を集めた。全50回の平均視聴率は24.5%で、幕末を題材としたもの、また過去10年の全大河ドラマとしてもそれぞれ最高を記録した。

また放送を機に、篤姫ゆかりの地をめぐる旅行パッケージツアーが登場し、鹿児島でロケに使われた石橋

表1 鹿児島県での宿泊客数(延べ人数)の月別推移

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
鹿児島地区	66,071 (3.9)	76,261 (7.1)	81,689 (▲0.9)	71,067 (6.3)	85,227 (7.5)	69,466 (▲5.3)	79,900 (9.3)	93,615 (4.2)	74,408 (▲6.1)	90,850 (8.8)	93,049 (4.0)
指宿地区	54,488 (▲0.8)	56,182 (1.2)	73,585 (4.3)	61,934 (2.1)	66,601 (5.2)	48,398 (▲1.2)	49,854 (25.5)	66,094 (3.6)	53,662 (6.4)	65,461 (16.1)	74,856 (9.5)
霧島地区	62,280 (9.6)	64,414 (9.7)	77,996 (1.5)	62,220 (▲3.0)	67,466 (2.4)	44,993 (▲7.5)	54,861 (14.1)	79,290 (2.5)	58,945 (3.1)	69,264 (10.2)	83,085 (5.4)
種子屋久地区	7,793 (▲12.1)	13,521 (▲1.7)	20,447 (6.9)	18,789 (0.2)	21,868 (11.4)	14,866 (16.0)	23,076 (22.0)	27,057 (0.7)	19,398 (▲3.4)	20,981 (4.8)	18,317 (▲2.8)
奄美地区	6,646 (2.8)	7,818 (13.9)	8,772 (▲5.4)	7,086 (▲3.7)	7,768 (▲6.0)	8,082 (4.7)	11,637 (0.8)	15,208 (▲0.8)	9,806 (▲0.1)	9,368 (13.5)	7,059 (▲7.0)
その他	4,467 (▲6.8)	5,566 (11.6)	6,791 (3.7)	5,586 (▲17.1)	6,796 (▲9.1)	4,680 (1.8)	6,069 (1.7)	12,071 (0.4)	6,314 (▲0.3)	7,324 (26.9)	8,365 (7.3)
合 計	201,745 (3.2)	223,762 (6.0)	269,280 (1.7)	226,682 (1.0)	255,726 (4.9)	190,485 (▲2.8)	225,397 (14.2)	293,335 (2.9)	222,533 (▲0.3)	263,248 (11.2)	284,731 (5.1)

鹿児島県観光課『鹿児島県観光動向調査』をもとに筆者が作成。各地区の括弧内の数値は前年同月比の増減を%であらわした(▲は減少をしめす)。その上段は実人数(人)。

や島津氏の大名庭園・仙巖園、篤姫の生家・今和泉島津家の所領であった指宿市今和泉地区を訪れる観光客の増加がたびたび地元紙などで報じられた。

### 3. 観光への波及効果

#### 3.1. 『鹿児島県観光動向調査』から

本統計は、鹿児島県観光交流局観光課が毎月公表しているもので、近年のものは県のホームページからダウンロード可能となっている。内容は、「本県の最新の観光客の動向を定期的に把握」するために、「県内主要宿泊施設、観光施設等への宿泊・入込み状況について、アンケート調査を実施」したものである。

本節では、動向調査のうち観光形態にかかわりのあると考えられる以下の4つの2008年統計を月別に追跡<sup>2)</sup>してその変化の特徴を把握するとともに、その原因を動向調査では何の影響によるとしているのかも必要に応じて紹介しておくことにする。

##### 3.1.1. 主要宿泊施設の宿泊者数(表1)

鹿児島県の観光動向は、冬季がオフシーズン、夏季がオンシーズンと大別される(鹿児島県観光課, 2008)。それを裏づけるように、2008年の場合も月別では8月がもっとも多くなっている。また、前年同月比の伸び率では、2008年は7月が前年比14.2%、10月が11.2%と顕著な増加のあったことがわかる。これらの変化を、図1と比較しながらみていきたい。

全体をとおして、鹿児島・指宿・霧島地区の伸びが大きくなっている。この要因として、鹿児島地区は県庁所在都市である鹿児島市が含まれることから観光施設が多く立地し、さらに桜島といった県のシンボリックな見どころも集積している点が考えられる。指宿・霧島の両地区は、いずれも全国的な知名度をも

つ温泉地である。加えて、指宿はもとは篤姫の生家である今和泉島津家の所領であった指宿市今和泉地区があり、篤姫ゆかりの地としての魅力が加わったことが大きい。霧島は、小松帯刀と坂本龍馬がともに訪れた温泉郷が連なり、その一角には「坂本龍馬新婚旅行の地」を記念した妻・お龍との像もある。ドラマでも帯刀と龍馬の湯治の場面が描写されており、人気を高める効果があったものと考えられる。この3地区に限ってみれば、6月にそろって減少した以外は堅調に宿泊客が訪れていた<sup>3)</sup>。これに歩調をあわせるように、ドラマの後半回における視聴率は20%台後半へと上がっている。とくに、『篤姫』では、指宿の海岸で幼少時代の篤姫がモリソン号事件に遭遇したり、養育係の老女の制止を振り切って砂浜を駆け回っていた場面が放送された。指宿はもともとの知名度に加え、このストーリーをうまく取り入れた地域住民による観光ボランティアガイドなどが、決して大規模な受け入れ態勢ではなかったものの、うまく連携・機能することにつながったとい

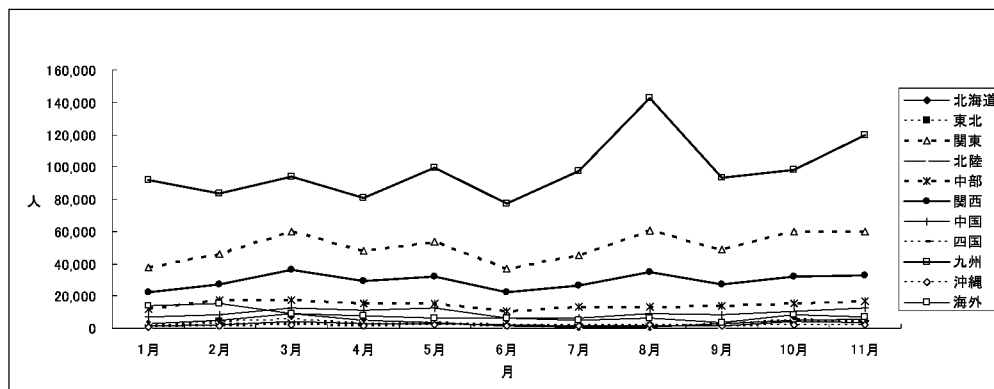


図2 発地別宿泊者数の推移

『鹿児島県観光動向調査』(2008年1～11月)をもとに筆者が作成。

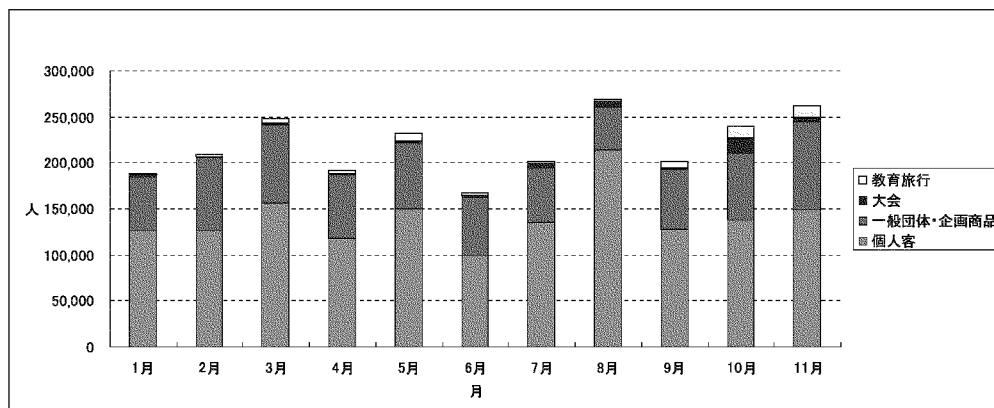


図3 形態別宿泊者数の推移

『鹿児島県観光動向調査』(2008年1～11月)をもとに筆者が作成。

えよう。

一方で、種子屋久地区と奄美地区は、ドラマの舞台として直接描かれることがなく、篤姫効果はほと

んど及ばなかったといえる。

### 3.1.2. 発地別宿泊者数(図 2)

九州圏内からの観光客は 8 月をピークにその後も同年前半期を上回るペースで客数の推移がみられる。また、大手市場である関東・関西・中部の三大都市圏からの入込み客数もあわせると全体の約 8 割を占めることから、近隣県および大都市圏の観光客をいかに誘致するかが、定量的な波及効果を高める上で今回の「篤姫ブーム」においても中心的存在であったことが理解できる。

### 3.1.3. 形態別宿泊客数(図 3)

すべての月において、「個人客(含む家族・小グループ)」が 6 割以上をしめ、とくに 8 月は 8 割近くにのぼった。これは「夏休み期間でファミリー層など個人客の割合が高まる時期」であるため、ある一定度の割合の増加は見込まれるものといえる。しかし、前述のとおり、原油高など個人消費にマイナス要因となる経済状況であったにもかかわらず、前年同月比 3.5% の増加となっている。このことは、景況が悪化するという条件のなかにあっても、観光先に鹿児島を志向する動きが他の地域よりあった結果ととらえることができよう。

### 3.1.4. 「篤姫館」入館者数(図 4)

『篤姫』で使用されたセットや衣装、現地ロケのようすなどを展示・紹介する篤姫館は、生地である鹿児島市と、ゆかりの地である指宿市にそれぞれ置かれた。「いぶすき篤姫館」は、2008 年 1 月から 1 年間の開館期間中、目標の 8 万人を上回る約 17.6 万人の入館を記録した。また、「篤姫館」は、目標の

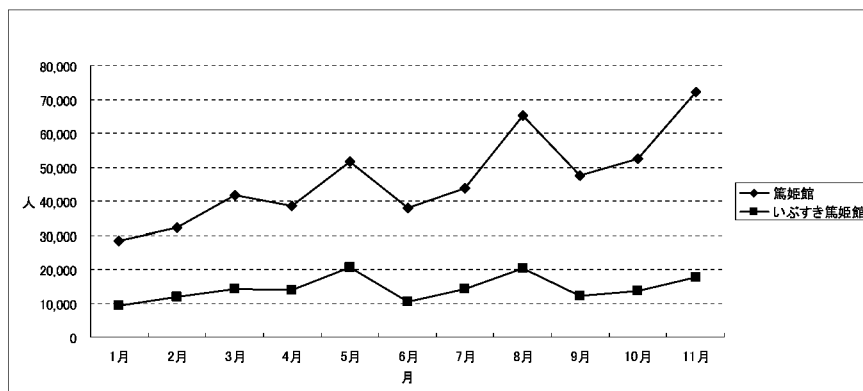


図 4 「篤姫館」「いぶすき篤姫館」入館者数の推移

『鹿児島県観光動向調査』(2008 年 1～11 月)をもとに筆者が作成。

20 万人に対して同じく開館 1 年の期間で約 57 万人が入館し、好評に应运え閉館を 3 月末まで延長することとなった<sup>4)</sup>。

指宿の場合、とくに『篤姫』の第 12 回までが江戸に出立する前の篤姫が送った薩摩での生活が舞台の中心となっており、指宿が登場する機会も多かった。そのことが、5 月に入館者がピークとなっていることからうかがえる。その後、ドラマの視聴率が 20% 台後半を記録することが多くなった点などが好影響となり、1 月の開館当初の入館者数を下回ることなく堅調な推移をたどった。

### 3.2. 「まち歩き」観光の登場

また、『篤姫』放送の時期は、観光形態の変化として、スモール・ツーリズムという言葉に代表されるようにそれぞれの地域にある歴史や文化、自然などを活かした、「観光」が「まちづくり」につながる視点が注目を高めてきた時期と重なる。その最たるものが、「まち歩き」商品の登場である。茶谷(2008)も述べるように、「駆け足ではなく、訪れる人びとの歩く速度や視点で」、とりわけ「知的好奇心と行動力の豊かな「団塊の世代」が定年を迎える中、歴史文化を中心とする知的資源」を活用することにつながるものといえる。

『篤姫』の放送が決定した 2006 年は、「長崎さるく博'06」がまさに開催の最中にあたり、その成功が全国各地にも知られるようになったときである。相当数の観光客が「まち歩き」に参加しているのを目にして、鹿児島市でも 2008 年のドラマ放送に照準を合わせるように、2007 年に鹿児島市観光企画課や特定非営利活動法人(NPO 法人)まちづくり地域フ

ォーラム・かごしま探検の会などが協働して、まち歩きルートの策定と観光ボランティアガイドの養成がおこなわれた<sup>5)</sup>。そして、2008 年度より、「鹿児島ぶらりまち歩き」として 12 コースが観光客を対象とした商品として定期的に提供されるようになった(図 5)。『篤姫』に関係するものとして、「幻の宰相“小松帯刀”と島津 77 万石の城址を偲ぶ」「“薩摩が生んだ

ファーストレディ” 篤姫ゆかりの地を歩く～大河ドラマロケ地と篤姫生家をめぐる～」 「近代日本はここから生まれた！ 島津斉彬の近代化遺産を歩く」も含まれており、「篤姫ブーム」の追い風もはたらき、多くの参加者が期待された。2008 年は、九州観光推進機構<sup>6)</sup>も、九州各県で同時にまち歩き企画を展開する「九州さるく」を打ち出したことで参加者増加

## 鹿児島 ぶらり まち 歩き

12月・3月

おじゃま  
しました

### 申込方法

「鹿児島ぶらりまち歩き」は事前予約制です。  
 ・本覧はFAXにて、鹿児島まち歩き観光ステーションへお申込  
 ください。  
 ・お申し込みは12月・3月限定です。（詳しくは本覧をご覧ください。）  
 ・申込は12月・3月の2回に分けて受付いたします。  
 ・申込料：15,600円（税別）  
 ・申込料は、申込時に現金で納入してください。  
 ・申込料は、申込時に現金で納入してください。  
 ・申込料は、申込時に現金で納入してください。

鹿児島まち歩き観光ステーション  
 （鹿児島県観光コンベンション協会二之丸事務所）  
 〒892-0853  
 鹿児島市城山町2番30号 二之丸ビル1階  
 電話：099-208-4701  
 FAX：099-208-4703  
 http://kagoshima-machiaruki.jp  
 開所時間：3月20日～8月31日 9:00～19:00  
 9月 1日～3月19日 9:00～17:30  
 ※年中無休（但し12月29日～1月3日は除く）

1 戦国時代を歩く！  
西郷隆盛の足跡をたどる

西南戦争の戦場となった城山公園を歩きながら、西郷隆盛の足跡をたどるコースです。  
 【主な見所】  
 ・西郷隆盛銅像（城山公園）  
 ・西郷隆盛の墓（城山公園）  
 ・西郷隆盛の生家（城山公園）

2 薩摩藩士に思いを馳せながら  
鹿児島城跡を歩く

薩摩藩の中心地であった鹿児島城跡を歩きながら、薩摩藩の歴史を学ぶコースです。  
 【主な見所】  
 ・鹿児島城跡（鹿児島市）  
 ・鹿児島城跡の石碑（鹿児島市）  
 ・鹿児島城跡の石碑（鹿児島市）

3 「鹿島のまほう」を歩く  
鹿児島城跡のまほうを歩く

鹿児島城跡のまほうを歩きながら、鹿児島城跡の歴史を学ぶコースです。  
 【主な見所】  
 ・鹿児島城跡（鹿児島市）  
 ・鹿児島城跡の石碑（鹿児島市）  
 ・鹿児島城跡の石碑（鹿児島市）

4 薩摩藩の歴史を歩く  
鹿児島城跡の歴史を歩く

薩摩藩の歴史を歩きながら、鹿児島城跡の歴史を学ぶコースです。  
 【主な見所】  
 ・鹿児島城跡（鹿児島市）  
 ・鹿児島城跡の石碑（鹿児島市）  
 ・鹿児島城跡の石碑（鹿児島市）

5 近代日本はここから生まれた！  
鹿児島城跡の近代化を歩く

近代日本はここから生まれた！鹿児島城跡の近代化を歩くコースです。  
 【主な見所】  
 ・鹿児島城跡（鹿児島市）  
 ・鹿児島城跡の石碑（鹿児島市）  
 ・鹿児島城跡の石碑（鹿児島市）

6 鹿島のビッグスクエアを歩く  
美しい城山公園を歩く

鹿島のビッグスクエアを歩きながら、美しい城山公園を歩くコースです。  
 【主な見所】  
 ・鹿島のビッグスクエア（鹿児島市）  
 ・美しい城山公園（鹿児島市）  
 ・美しい城山公園（鹿児島市）

図5 「鹿児島ぶらりまち歩き」の案内チラシ

の相乗効果も期待された。

しかし、実際には2008年度途中で約630人(うち県外からの観光客が7割)<sup>7)</sup>にとどまった。篤姫や、さらに集成館事業(2008年9月にユネスコの世界遺産暫定リスト入りした「九州山口の近代化産業遺産群」の1つ)に関するコースでさえ、催行人数が「期待はずれ」におわった<sup>8)</sup>。

これらをみると、残念ながら今回の「篤姫ブーム」において、鹿児島での「まち歩き」観光の需要には大きな効果はもたらされなかったと言わざるを得ない。

#### 4. 考察

入込み客数の増加と、「まち歩き」観光の低迷という違いはなぜ生じたのであろうか。3.1.3.でふれたように、個人客と団体客の比率の変化は、端的な数値ではあるものの、最近の観光形態がマス・ツーリズムからスモール・ツーリズムへと転化してきているという一般的にいわれる潮流とは相反する需要が依然として高い割合を占めていたと理解できる。

一方で、2006年度の全国初のまち歩き博覧会「長

崎さるく博'06」は、主催者発表で約1千万人の延べ参加者数があり、まち歩きがスモール・ツーリズムの新しい形として注目を浴びた。このような、類似の観光形態をめぐる異なる結果を、どのようにとらえるべきなのであろうか。

推測されるのは、大河ドラマは、毎年舞台となる都道府県など自治体が精力を上げた誘致活動の産物であり、数十年に一度あるか否かのビッグチャンス到来という意識が行政にも強い。そのため、大手旅行会社のパックツアーでの観光、すなわちマス・ツーリズム的な要素が強くなるのではあるまいか。反面、まち歩きは、スモール・ツーリズム的なニーズに対応した観光形態である。さらに長崎のケースは、事前のルート選定や市民ガイドの育成に多くの時間を割いており、結果として観光客のロコミもさることながら、入念な準備がすすめられていた点も見逃せない。一方、鹿児島の場合は、入込み客層の特性(団体客)と「まち歩き」という観光形態を結びつける視点が乏しかったと考えられる。

以上のことをふまえて、つぎに観光において「迎える側」と「訪れる側」それぞれの立場から整理し

てみよう。

「迎える側」は、地域コミュニティが主体となったプロジェクト・マネジメントが慎重かつ計画的に高められていくことが不可欠でありながら、時間的な制約などの理由でこれが軽視されがちになる。茶谷(2008)は、「長崎さるく博'06」を例に以下のように述べている。

「市民主体」の「まち歩き」は、「準備期間→実施期間」という会場型イベントの方法では成功しないと考えた。「プロが準備をしてヨーイ、ドンで市民が楽しむ」という方式は、大量規格生産の「製造→消費」の構造と同じで、製造のプロが消費者に商品を提供すればそれで事足りるのであるが、「まち歩き」は市民が製造し市民が消費するという構造を持っている。…(中略)…長崎の場合、「まち歩き」という商品を市民が育てなければならない。これを三年がかりでやろうという計画である。」

この点について、「鹿児島ぶらりまち歩き」は、ガイド養成からイベントスタートまで約半年の準備期間しかなかった。『篤姫』の放送決定から約1年間、事実上の「空白期間」があり、結果的に鹿児島市民にさえそのイベントが足もとのまちで実施中であることを知る割合も少なくなってしまったのではないだろうか。

「訪れる側」は、大河ドラマの舞台へ足を向ける手段として、とくに今回のような大都市圏から離れた地域の場合、パック旅行商品が大々的に提供されることで、マス・ツーリズム的な色彩が濃いものになる。

筆者はこれまでの研究のなかで、観光の成立要素として住民が核となる地域コミュニティなしには、これからの需要に持続的に対応していくのは困難であると主張してきた<sup>9)</sup>。長崎が成功したといわれるのは、まさに市民が主体となるリスクを恐れずにその過程を的確にマネジメントできた賜物なのである。

これまでみてきたように、今回、大河ドラマという全国的に知名度が上がる機会が訪れたものの、スモール・ツーリズムの受け皿の一つとして「まち歩き」が観光客の大半には受けいれられなかった。附言するなら、プロジェクト・マネジメントの欠落が致命的であったとも考えられる。すなわち、この実態は、「篤姫ブーム」後に持続可能な観光を構築していくうえでも看過できない重大な課題を提示している。

## 5. まとめ

大河ドラマ『篤姫』は、観光客の入込み数の増加などを明らかに生じさせた。一方で、「まち歩き」という観光形態を定着させる好機であったものの、それへの参加者数は大きく伸び悩んだ。むしろ、「篤姫ブーム」は、マス・ツーリズム的な観光客の動きが反映された結果であることが示唆される。

ところで、篤姫や島津斉彬といったドラマにかかわる地域資源は多く残っており、これらを観光ボランティアとともに訪ねていく行為そのものが観光客にまったく受けいれられないものではない点は強調しておきたい。つまり、「長崎さるく博'06」の成功と比較したとき、プロジェクト・マネジメントと市民主体で継続していくことが成否を分けたとは言えまいか。「鹿児島ぶらりまち歩き」事業が住民からの知名度を獲得し、そして観光客に広く知られていくようになるためには、同じ「観光客の増加」という現象であったとしても、歴史・文化や自然をつぶさに見られることをどのように観光客に商品として発信していくかに尽きる。彼らにマッチングした選択肢を提供する「迎える側」にとって、自らが暮らすまちをもつ特質を知ることが、持続可能な観光を構築していくことにおいて不可欠なのである。

つぎに、本稿での議論を観光形態の面から整理すると、図6のようになる。Aタイプは、大河ドラマなどをきっかけとして、それに関する既存の観光施設がふたたびマスコミで取り上げられたり、または新しい観光施設を整備したりして集客を図るものである。Bタイプは、ドラマで取り上げられることで

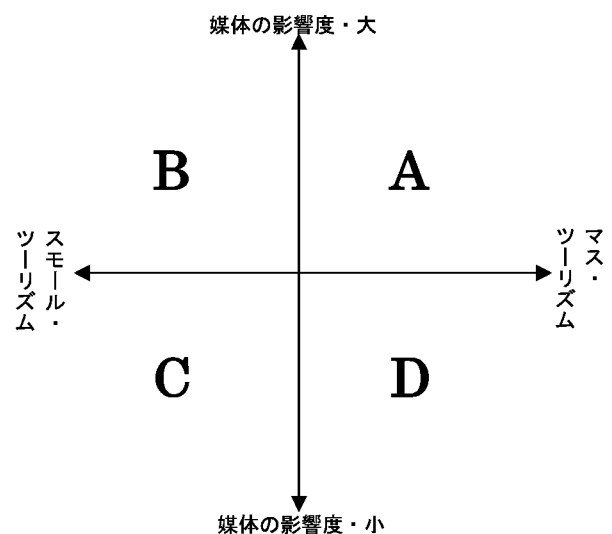


図6 媒体の影響度による観光形態の類型

筆者が作成。

「まち歩き」など、いまある景観やまち並みを地域資源としてとらえ、スモール・ツーリズム的な形態の需要が生じるものである。この成立には、住民主体の地域コミュニティが主体として存在する必要がある。Cタイプは、容易にアクセスが難しい「秘境」的な魅力をもったものである。Dタイプは、もともと観光地として知られていなかったところに広大に新たなまちを整備し、「なつかしさ」や「ホスピタリティ」といったものを演出するものである<sup>10)</sup>。

この説明にもとづくと、「篤姫ブーム」はAタイプによる観光客の増加をもたらした。一方で、Bタイプにあたる「まち歩き」観光への波及は現在のところほとんどもたらされていない。このように類型化を試みることで、観光形態に応じたプロジェクト・マネジメントのあり方も構築しやすくなると考えられる。

本稿では、「篤姫ブーム」の特質について量的・質的なアプローチを試みてきた。結果としてその一端にふれることに終始してしまった感が否めないが、観光形態とのかかわりについて問題点を多少なりとも提示できたと思う。今後、他的大河ドラマのケース・スタディや、まだ始まったばかりの「鹿児島ぶらりまち歩き」事業の経年的な追跡調査などを重ね、地域活性化につながる観光のあり方を探っていきたいと考えている。

#### 付記

本稿をまとめるにあたり、「鹿児島ぶらりまち歩き」で観光ボランティアガイドを務める方々には、聞き取り調査に快く応じていただいた。ここに深く感謝申し上げる。

本研究をすすめるにあたり、2008年度長崎大学高度化推進経費「新任教員の教育研究推進支援経費」の一部を使用した。

#### 注

- 1) 後述の「長崎さるく博」(長崎市)をはじめ、「霧島知っちょいどん」(鹿児島県霧島市)・「熊本さるく」(熊本市)、など、この数年間で観光ボランティアガイドを取り入れた「まち歩き」商品が次々に登場している。梶原(2001)や矢島(2008)に詳しい。
- 2) 本稿の執筆時点では、2008年12月の結果が公表されていなかったため、同年11月までのものを分析の対象とした。
- 3) 『鹿児島県観光動向調査』は、この原因を①梅雨の悪天候、②前年の大手旅行会社による好調な団体入込み客の反動、③ガソリン価格の高騰による

としている。

- 4) 2009年1月14日付の読売新聞記事より。
- 5) 特定非営利活動法人(NPO 法人)まちづくり地域フォーラム・かごしま探検の会は、筆者が設立時からの初代代表理事を務めた団体である。『篤姫』放送決定以前から、定期的な「まち歩き」商品をおもに会員対象に提供してきた。その蓄積を、「鹿児島ぶらりまち歩き」事業に活かしてほしいと依頼を受け、現代表である東川隆太郎氏が中心となってルート策定や養成講座の実務に携わった。
- 6) 広域的な観光への取り組みを促進することを目的として、2007年に九州全県の協力の下に設立された。
- 7) 2008年8月18日付の南日本新聞記事より。
- 8) 2009年1月8日、「鹿児島ぶらりまち歩き」事業で観光ボランティアガイドに従事しているA氏への聞き取り。
- 9) たとえば深見(2009)では、とりわけ歴史観光においてこの傾向が強いことを述べ、魅力ある地域の歴史や文化が、そのまま観光資源として直結するものではなく、地域コミュニティを構成する住民みずからが両者をつなぐ役割を担うべきであると示した。また、深見ほか(2008)では、住民と観光客がともに「学び」をとおしてその土地に固有の魅力を共有しあうエコミュージアムの機能に注目したプロジェクト・マネジメントの必要性を論じた。
- 10) 図6の4類型について、それぞれ代表的な国内の事例を挙げると、つぎのとおりになる。
  - Aタイプ…大都市圏、県庁所在都市など知名度の高いいわゆる観光都市全般。
  - Bタイプ…長崎さるく、知覧武家屋敷群など、今あるものを活用。
  - Cタイプ…薩南諸島やトカラ列島など、交通アクセスが不便で、かつバック旅行の企画もほとんど組まれないが手付かずの自然や文化が残る地域。
  - Dタイプ…黒川温泉や湯布院温泉など、もともと観光地でなかった地域に、新たに伝統的なまち並みを創出することにより、ロコミで一大観光地へと変貌。

#### 参考文献

- 梶原明子(2001)：九州における観光ボランティアの動向。九州経済調査月報，55，pp.21-32。  
茶谷幸治(2008)：『まち歩きが観光を変える-長崎さるく博プロデューサー・ノート-』。学芸出版社。  
原口泉(2008)：『維新の系譜』。グラフ社。  
深見聡・井出明・滝澤公男(2008)：温泉地における

エコミュージアムの考え方ー上山田温泉資料館の  
試みー. 第23回日本観光研究学会全国大会学術  
論文集, pp.277-280.

深見聡(2009):「歴史観光」の地域政策的特性ー観光  
の定義からの再考ー. 地域総合研究, 36, pp.39-48.

矢島正枝(2008):まち歩き観光に於ける観光ボラン  
ティアの役割についての考察. 第23回日本観光  
研究学会全国大会学術論文集, pp.449-452.